



FIN-FSA
FINANSSIVALVONTA

Finanssivalvonnan viestintästrategia

Strategiakaudelle 2023 - 2025 tukemaan Finanssivalvonnan toimintastrategiaa

Finanssivalvonnan viestinnän tehtävä ja tavoite

- Finanssivalvonnan viestinnän tehtävänä on välittää ajantasaista tietoa Finanssivalvonnan toiminnasta, sääntelystä ja päätöksistä valvottaville, finanssimarkkinoilla toimiville ja asioiville, medialle sekä muille sidosryhmille. Finanssivalvonta osallistuu myös yhteiskunnalliseen keskusteluun niistä teemoista, jotka kuuluvat sen toimialaan.

Tehtävä

- Viestimällä valvontatyöstä luotettavasti, johdonmukaisesti ja ennakoivasti lisäämme viestinnän keinoin toimintamme ennakoitavuutta, vahvistamme valvonnan vaikuttavuutta sekä rakennamme luottamusta toimintaamme ja finanssimarkkinoihin. Pelkkä toiminta ei vielä yksin synnytä luottamusta, vaan siitä pitää myös kertoa.

Tavoite

- Viestintämme on johdonmukaista, luotettavaa ja ennakoivaa.

Fivan viestintää ohjaavat periaatteet

Ennakoitavuus ja ennakoivuus

- Viestimme itse aktiivisesti ja oma-aloitteisesti asioista, jotka ovat Finanssivalvonnan ja valvontatyömme kannalta merkittäviä ja joiden tunnistamme kiinnostavan mediaa, yleisöä ja sidosryhmiämme.
- Viestimme säännöllisesti myös tulevista valvontaan liittyvistä teemoista ja painopisteistä sekä muutoksista sääntelyssä.
- Kun tunnistamme etukäteen merkittäviä muutoksia valvonnan toimintaympäristössä, viestimme niistä ennakoivasti.

Täsmällisyys ja ajantasaisuus

- Muotoilemme viestimme huolellisesti ja täsmällisesti.
- Emme spekuloi vaan viestimme perustuvat faktoihin.
- Jos viestimme on pohdiskeleva, esimerkiksi blogikirjoituksessa, tuomme sen selkeästi esiin tekstin tyylin ja sanavalintojen kautta.
- Keskenäisistä asioista ja jatkuvista prosesseista viestiessämme täydennämme viestiämme säännöllisesti ja oma-aloitteisesti.
- Huolehdimme viestiemme ajantasaisuudesta.

Avoimuus

- Perustelemme päätöksemme mahdollisimman selkeästi.
- Jaamme tietoa myös somessa, ja pyrimme vastaamaan kysymyksiin ja kommentteihin kun mahdollista.
- Olemme sidosryhmiemme tavoitettavissa palaute- ja yhteydenottokanaviemme kautta.
- Annamme medialle haastatteluja ja kommentteja sekä taustoitamme julkisuudessa käsiteltäviä aiheita omien vastualueidemme osalta.
- Nostamme myös valvontatyön kannalta ajankohtaisia ja tärkeitä asioita keskusteluun esimerkiksi media- ja sidosryhmätilaisuuksiemme kautta.

Finanssivalvonnan viestinnän kohderyhmät

- Valvottavaryhmät: Tunnistetaan ryhmien erilaiset tiedon tarpeet. Erilaiset tiedon tarpeet omaavia valvottavaryhmiä ovat mm. isot institutionaaliset valvottavat, pienet valvottavat, rekisteröityneet toimijat, asiamiehet, listayhtiöt.
- Henkilöstö: Huolehditaan henkilöstön tiedonsaannista kaikissa tilanteissa.
- Potentiaaliset työntekijät: Rekrytointien tueksi tehdään tehokasta työnantajakuvaustyötä ja rekrytointiviestintää.
- Finanssiasiakkaat: Kuluttaja- ja sijoittajaviestintää lähestytään siitä näkökulmasta, mitä valvottavamme asiakkaan ja sijoittajan tulee tietää. Teemme yhteistyötä Suomen Pankin koordinoiman talousosaamiskeskuksen kanssa.
- Media: Lisäämme työtä mediarajapinnassa viestiemme tavoitavuuden ja äänemme kuuluvuuden ja valvonnan vaikuttavuuden vahvistamiseksi. Huomioimme eri mediaryhmät tasapuolisesti.

Miksi Finanssivalvonta viestii henkilöstölle?

Sisäinen viestintä on strategian jalkauttamista

- ✓ Henkilöstö tietää, mitä organisaatiossa tapahtuu ja mitä odotuksia heihin kohdistuu, mikä vahvistaa sitoutumista ja motivaatiota.
- ✓ Sisäinen viestintä vahvistaa avoimuutta, tunnetta osallisuudesta ja poistaa epävarmuutta tulevasta.

Vahva organisaatiokulttuuri luo työn imua

- ✓ Viestinnällä poistetaan siiloja, rakennetaan yhteisöllisyyttä ja kasvatetaan arvostuksen kokemusta.
- ✓ Tiedon saavutettavuus ja löydettävyys tuo tehokkuutta työntekoon.
- ✓ Hyvällä viestinnällä tuetaan henkilöstön sitoutumista ja motivaatiota.

Viestintä on keskeinen osa johtamista

- ✓ Kun halutaan muutosta aikaan, tärkein työkalu on viestintä.
- ✓ Viestiminen henkilöstölle edistää keskinäistä luottamusta organisaatiossa.
- ✓ Henkilöstön on helpompi puhua sidosryhmille ja viesti säilyy yhtenäisenä, kun tiedonsaanti on vahvaa sisäisesti.

Miksi Finanssivalvonta viestii valvottaville?

Toteuttaakseen visiotaan:

Ennakoiva ja ennakoitava valvoja

- ✓ Ennakoivuus, ennakoitavuus, johdonmukaisuus ja yhdenmukaisuus myös viestinnässä (toiminnan lisäksi)
 - ✓ lisää luottamusta meihin ja
 - ✓ parantaa valvottavien edellytyksiä toimia valvontamme edellyttämällä tavalla.
- ✓ Viestimällä siitä, mitä teemme, vahvistamme tehtäväämme ja tuemme tavoitteidemme toteutumista.

Toteuttaakseen missiotaan:

Turvaamme finanssimarkkinoiden vakautta ja luottamusta sekä asiakkaiden ja sijoittajien suoja ja vakuutettuja etuja

- ✓ Valvottava, palveluntarjoaja sekä asiakas ja sijoittaja ovat tietoisia säännöistä, joiden noudattamista finanssimarkkinoilla vaaditaan.
- ✓ Vuorovaikutteinen viestintä lisää ymmärrystämme valvottavien tarpeista ja odotuksista.

Organisaation maineen

tukemiseksi: Luotettava valvoja lisää luottamusta finanssisektoriin

- ✓ Tunnettu, toiminnaltaan läpinäkyvä ja ennakoitava sekä johdonmukaisesti viestivä valvoja vahvistaa luottamusta finanssimarkkinoihin.
- ✓ Sidosryhmien vahva luottamus ja mielikuva meistä tukee luottamuksen säilyttämistä myös kriisiaikana.

Miksi Finanssivalvonta viestii mediassa?

Julkiisuuskuva ja viestit vahvistuvat median kautta

- ✓ Medianäkyvyys rakentaa ja vahvistaa Finanssivalvonnan julkisuuskuva ja valvonnan vaikuttavuutta.
- ✓ Medianäkyvyyden avulla tuomme tietoisuuteen Finanssivalvonnan kantoja ja näkökulmia ajankohtaisiin aiheisiin.

Tehtävämme edellyttää viestintää

- ✓ Nykyaikainen viranomaisen on avoin, vuorovaikutteinen ja helposti lähestyttävä.
- ✓ Ennakoitavuus, vaikuttavuus ja luottamus edellyttävät viestintää valvonnasta.
- ✓ Meillä on velvollisuus kertoa valvottavien taloudellisesta tilasta ja lisätä yleisön tietämystä finanssimarkkinoista*.

Viestinnällä rakennamme hyvää mainetta

- ✓ Hyvät mediasuhteet varmistavat sitä, että toimittaja kysyy myös meidän näkökulmamme ajankohtaiseen aiheeseen.
- ✓ Hyvä maine lisää sidosryhmiemme luottamusta meihin.

*Laki Finanssivalvonnasta 19.12.2008/878 §3: Finanssivalvonta edistää lisäksi hyvien menettelytapojen noudattamista finanssimarkkinoilla sekä yleisön tietämystä finanssimarkkinoista / koota ja määräajoin julkaista vertailukelpoisella tavalla tietoja finanssimarkkinoilla toimivien taloudellisesta asemasta sekä muuten edistää finanssipalveluja ja finanssimarkkinoiden toimintaa koskevan tietoaaineiston saatavuutta / tarjota palveluntarjoajien maksupalveluistaan veloittamia hintoja vertaileva sivusto, josta säädetään luottolaitostoiminnasta annetussa laissa

Finanssivalvonnan avainviestit

Avainviestit ovat ylätasoa viestejä, joita pyrimme viestinnällä vahvistamaan.

1. Tehtävämme on turvata finanssimarkkinoiden vakautta ja luottamusta sekä asiakkaiden ja sijoittajien suojaa ja vakuutettuja etuja.
2. Valvomme ennakoivasti ja ennakoitavasti.
3. Toimintamme perustuu tietoon ja analyysiin ja prosessimme ovat yhtenäisiä ja tehokkaita.
4. Seuraamme toimintaympäristön muutoksia ja toimimme joustavasti ja muutoskykyisesti.
5. Toimimme yhteistyössä eurooppalaisten valvojien kanssa.
6. Huolehdimme henkilöstön hyvinvoinnista sekä osaamisen kehittämisestä.

Äänensävy ja ilme

Äänensävy kertoo, miten puhutemme viestinnässä sidosryhmiämme ja suhtaudumme yleisöömme. Äänensävy näkyy kaikissa kanavissamme.

Äänensävyämme on asiallinen, ystävällinen ja kunnioittava. Olemme avoimia ja rakentavia. Kerromme ymmärrettävästi monimutkaisistakin asioista ja käytämme asiallista ja huoliteltua kieltä. Viestimme ihminen ihmiselle.

Viestimme ovat selkeitä, aktiivisia, lähestyttäviä.

Yhtenäisellä ilmeellä vahvistamme mielikuvaa ennakoivasta ja ennakoitavasta valvojasta sekä laadukkaan eurooppalaisen valvontakulttuurin rakentajasta.

Yhtenäinen visuaalinen ilme kertoo laadukkaista ja yhdenmukaisista toimintatavoista ja prosesseista. Graafinen ohje sekä asiakirjapohjat ja materiaalit ohjaavat tässä työtämme.

Seuranta ja arviointi

- Viestinnän kehittymistä mitataan
 - jatkuvalla mediaseurannalla sekä siitä tehtävillä analyyseillä
 - säännöllisesti toteutettavalla sidosryhmätutkimuksella
 - verkkosivuston seurantadatalla ja kävijäkyselyillä
 - sosiaalisen median seurantadatan kehittämisellä
- Henkilöstötoiminnon toteuttamat henkilöstötutkimukset antavat tietoa myös sisäisen viestinnän tuloksista ja työnantajakuvatutkimukset työnantajakuvaviestinnän tuloksista.
- Viestinnän operatiiviset mittarit asetetaan vuosittain osana toiminnansuunnittelua.

Viestintästrategian päivittäminen

- Viestintästrategia päivitetään aina strategiakauden vaihduttua tukemaan toimintastrategiaa.
- Viestintästrategiaa voidaan päivittää myös strategiakausien aikana, jos toimintaympäristön muutokset, valvontatyön prioriteetit tai resursointi sitä edellyttää.

” *Finanssivalvonta = Ennakoiva ja ennakoitava valvoja*

